



Journal des anthropologues

Association française des anthropologues

77-78 | 1999

Nouvelles configurations économiques et
hiérarchiques

Ethnicisation de l'entreprise et culturalisation du marché : impasses

Ethnicization of a the Work Company and Culturalization of the Market:

Deadlock

Monique Selim



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/jda/3060>

DOI : 10.4000/jda.3060

ISSN : 2114-2203

Éditeur

Association française des anthropologues

Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 1999

Pagination : 19-33

ISSN : 1156-0428

Référence électronique

Monique Selim, « Ethnicisation de l'entreprise et culturalisation du marché : impasses », *Journal des anthropologues* [En ligne], 77-78 | 1999, mis en ligne le 01 juin 2000, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/jda/3060> ; DOI : 10.4000/jda.3060

Ce document a été généré automatiquement le 1 mai 2019.

Journal des anthropologues

Ethnicisation de l'entreprise et culturalisation du marché : impasses

Ethnicization of a the Work Company and Culturalization of the Market: Deadlock

Monique Selim

- 1 La référenciation culturelle fonctionne comme un opérateur de distinction et de division, d'ordonnancement et de hiérarchisation, et sa convocation est exacerbée dans les périodes de crise et de restructurations sociales, économiques et politiques. Cette implication de la notion de « culture » comme facteur idéologique essentiel dans les processus et les rapports sociaux a été en outre suffisamment bien notée par tout un courant de la recherche anthropologique. Parce que l'élaboration d'une analyse pertinente des modes de production des idiomes culturels et de leur transformation est centrale dans les débats internes à la discipline, quelles que soient les matrices théoriques retenues, il convient de repérer rapidement les nouvelles occurrences de la « thématique culturelle ». Celle-ci, après avoir été focalisée sur l'entreprise, se diffuse au marché en dépit des reprises et des répétitions discursives qui se voient ici mises en scène. La séduction de la notion de « culture » comme clef d'explication des phénomènes internes à l'entreprise et des champs économiques où elle se situe est aujourd'hui forte : elle trouve son cadre d'émergence dans le mouvement d'implantation des entreprises occidentales dans des pays dits du sud. D'une manière plus globale, l'expansion du marché capitaliste, les délocalisations qu'elle implique dans une optique de réduction du coût du travail constituent les conditions objectives d'un retour des rhétoriques culturelles sur une entreprise dont le dépassement joue actuellement dans le marché. Une telle conjonction n'est paradoxale qu'en apparence : en effet, les logiques culturalistes ont été historiquement associées en Occident à la domination coloniale. Dans d'autres contextes, elles se présentent comme un invariant du travail de légitimation des groupes dominants.

- 2 Une raison majeure à l'examen de la notion de culture dans l'entreprise et le marché réside dans le fait que l'ethnologie est placée en position d'instance de « vérité » dans les explications « culturelles » concernant ces domaines dont les émetteurs se situent volontairement ou inconsciemment au carrefour des sciences sociales et de la gestion : plus précisément l'ethnographie – comme régime d'authentification irrécusable – retrouve là une vertu et une *aura* qui semblaient il y a encore une dizaine d'années définitivement perdues. Si, donc, l'entreprise peut être proposée comme un champ d'investigation anthropologique, il importe de démêler les enchevêtrements et les confusions de sens, de concepts et d'objectifs de connaissance, qui se font jour actuellement, dans une littérature en permanente croissance.
- 3 Deux niveaux d'ancrage du vocable de « culture » doivent être tout d'abord schématiquement distingués bien que d'un côté ils se situent dans une homothétie intellectuelle et de l'autre, se trouvent déjà dans des positions inversées en terme « d'investissement idéologique » à court ou à long terme : le premier concerne les entreprises des pays d'industrialisation ancienne, dans lesquels a émergé la vogue de la « culture d'entreprise » dont l'abandon progressif est très significatif dans la conjoncture actuelle ; le second se joue dans un rapport d'altérité, dans des situations « exotiques » dont l'emprise du marché commande l'interprétation de la réussite économique ou sa faillite et recourt sans transition à une anthropologie érudite, *alibi*, ou encore de « conversion » récente. J'évoquerai très rapidement la montée puis le déclin de la « culture d'entreprise » avant de me tourner vers le renouveau d'un différentialisme pérenne, sous ses formes « ethno-économiques », dont le succès trouve son efficience dans la culturalisation du marché.
- 4 L'idée que les entreprises pouvaient être considérées comme les lieux d'effervescence de « micro-cultures » spécifiques est née dans la décennie soixante-dix/quatre-vingt prenant appui de façon détournée sur des travaux historiques et ethnographiques de l'Europe, centrés sur les couches ouvrières, leur diversification et leur spécialisation liées aux appareils techniques de production, et sur les corps de métiers propres aux groupes d'artisans. L'étude des « cultures de travail » du XIX^e siècle et de la première moitié du XX^e siècle, alimentant par ailleurs une dimension patrimoniale de l'industrialisation, a été transférée comme modèle de production de nouvelles « cultures d'entreprise » dans la cadre des sciences de la gestion et du management toujours à la recherche de « ressources » intellectuelles inédites. La cohésion des salariés autour d'un « projet d'entreprise » unificateur et exaltant, la fabrication d'une « culture » adéquate et singulière permettant le dépassement des antagonismes catégoriels, des frustrations individuelles et des revendications, sont apparues durant quelques années comme un programme suffisamment alléchant et dynamique pour entraîner le recrutement de quelques chercheurs par des directions d'entreprises ou des organismes de consultants : historiens ou « ethnographes » appelés à plonger dans la généalogie d'une entreprise, à restituer son « capital culturel » inestimable, à rehausser le savoir-faire exceptionnel de ses salariés, retrouvant une dignité dans une « complémentarité » autant pré-agencée qu'utilitaire. Si peu d'anthropologues se sont engagés dans cette aventure douteuse et éphémère – poussés alors par leur absence de statut institutionnel – en revanche l'ethnographie et ses « caricatures mimétiques » ont été largement invoquées : ainsi était-il demandé aux « ethnographes » d'occuper un poste de travail, position appréhendée comme une proximité maximale des fondements culturels de l'entreprise mais particulièrement limitative pour aborder en anthropologue les rapports sociaux qui s'y

jouent : ceux-ci de fait n'étaient nullement l'objet de cette croisade du « management culturel », la direction disposant d'autres agents appropriés pour deviner et résoudre à travers des audits répétés, les tensions du moment ou à venir. Spécialiste de la « culture », l'ethnographe était assigné à sa vocation – à son origine pourrait-on dire – quelles que soient la reconversion impliquée et la manipulation idéologique sous-jacente.

- 5 Si la littérature strictement gestionnaire a été dans ce contexte aussi abondante que naïve (par exemple la célèbre « âme de l'entreprise ») celle émanant d'ethnologues professionnels laissa d'autant moins de traces que les contrats signés avec les chercheurs imposaient la clause « confidentielle » : leur destinataire en était le propriétaire légal n'autorisant les publications qu'après l'élimination de toute « aspérité » susceptible de nuire à l'image de l'entreprise. La lecture de quelques « morceaux choisis » suscite une impression étrange : l'ethnographe (de métier ou faisant office) évolue dans une « tribu » dont la contemporanéité est évacuée et fait place à des rituels dont les bases et les ressorts paraissent absents. Les départs à la retraite et les embauches fournissent néanmoins une occasion de retrouver les classes d'âge et les initiations dans une continuité affirmée avec les situations lointaines privilégiées par l'ethnologie ; dans l'observation des repas pris dans les cantines, les « échanges » ou encore dans des adresses de parenté construites en système clos, cette continuité est patiemment et laborieusement retissée. Deux caractéristiques ressortent de cette « ethnographie » de l'entreprise provoquant la surprise chez maints sociologues du travail dubitatifs. L'entreprise y est décrite d'un côté comme un micro-univers culturel fermé, dénué de dispositifs de représentation des personnels et isolé d'une « modernité » dévastatrice ; de l'autre, comme un champ socialement indifférencié où chacun concourt à la reproduction harmonieuse du groupe : hiérarchie et conflits liés aux positions occupées ont curieusement disparu dans un monde ouvrier tendu vers la perfection de sa tâche. Trouvant sa justification et son sens dans une « crise » économique encore pensée comme passagère et soluble, à une époque où les licenciements étaient pudiquement voilés, la « culture d'entreprise » et cette forme de management culturel qui l'accompagnait se sont aussi rapidement effacées qu'elles avaient été montées au pinacle ; l'idéologie présente, armée par une « nécessité économique » théorisée dans l'universel et parée d'une scientificité irréfutable, n'a nul besoin aujourd'hui de « superstructures culturelles » pour fermer des usines non rentables, ou encore pour s'attacher des salariés dont la précarité est envisagée au contraire comme une règle d'urgence.
- 6 Les ethnographes semblent donc être devenus inutiles pour aider les gestionnaires dans la conduite de leurs entreprises nationales dont la délocalisation de la production est un impératif. De façon mineure, un terrain leur est laissé, à l'extérieur des usines, où ils rentrent en concurrence avec les conseillers en marketing : « l'ethno-marketing » qui fait resurgir une définition appauvrie de la « culture » mise au service de la vente des produits et de leur adéquation aux inclinations et aux goûts culturels des potentiels clients.
- 7 La « culture » sous sa version interne (soit entrepreneuriale) ou externe (orientée vers les acteurs que l'entreprise doit attirer), apparaît dans les deux cas le substrat d'un réaménagement notable en regard des acquis de la recherche anthropologique. Cependant, d'un point de vue « critique », il est souhaitable de prendre en compte les changements internes qui affectent cette inscription de « l'ethnographie » comme décryptage culturel, dans un paysage économicisé où l'entreprise est maintenant dominée par le marché. Le repli dans une attitude de dénonciation au nom de la

perversion ou du détournement du concept, semble d'autant plus superflu qu'une même demande socio-politique en terme de « culture » touche un ensemble de secteurs jugés actuellement socialement « problématiques » (pour ne citer que deux exemples, la prévention du sida auprès de populations allochtones en santé publique ou encore la « dissidence » des banlieues à majorité allogène). Au delà de l'évidence essentialiste maintes fois argumentée, la reproduction sous des visages variables et évolutifs de la réponse « culturaliste » (à laquelle fait écho l'intériorisation par les acteurs en position dominée de leur statut culturel) ne peut laisser indifférent l'anthropologue ; il observe là un glissement particulièrement frappant lorsqu'il travaille sur des champs marqués par la « modernité » tels l'entreprise mais insérés dans des situations lointaines de marché : l'effet suggestif bien connu d'exotisation et de déplacement – comme occultation des contradictions sociales et économiques présentes – se voit dans ce contexte autant redoublé que « retourné ». En effet, il ne s'agit plus, comme précédemment dans les entreprises nationales de construire l'illusion d'une communauté de travail aussi lisse que le fantasme d'un village exotique déréalisé et érigé en idéal. L'objectif apparaît nettement d'édifier des images contrastées – négatives et positives, intimement articulées en un corps unique – de main-d'œuvre et de chefs d'entreprise lointains réussissant ou défailant « ensemble » en raison du partage de leur héritage culturel ; l'intérêt de ces images exotiques se noue dans le miroir holistique qu'elles offrent aux difficultés présentes des entreprises nationales. Les directions suivies par ces transferts idéologiques sont donc démultipliées et la polyvalence de ces derniers s'inscrit dans un contexte de mondialisation présenté comme un défi aux entreprises nationales fragilisées. Ce passage d'une endogénéisation d'une figure exotique épurée et simplifiée, à une distanciation d'une modernité exotique à la fois complexe et dualisée – enjoignant à se situer par rapport à ses pôles culturels positifs et négatifs – dessine une cohérence dans le paysage actuel d'une « culturalisation » de l'économie qui est détaché de l'entreprise pour être concentré sur le marché. Si le maintien de l'association de l'exotique au « communautaire » se lit comme une permanence instituant à chaque fois la communauté imaginaire d'intérêt et de pulsions des deux strates constitutives de l'entreprise, salariés subalternes et dirigeants unifiés par leur capital culturel, l'efficacité symbolique de cette association se réalise aujourd'hui dans le marché.

- 8 Des micro-cultures d'entreprise aux macro-cultures de marché dans lesquelles l'entreprise s'insère et est supposée se fondre, l'ambition ethno-gestionnaire change donc d'échelle et prend une dimension plus vaste et assurée. Issus des Etats-Unis où ils correspondent à un prolongement « naturel » d'une anthropologie culturelle affirmée, les travaux de « spécification culturelle » de l'entreprise ont d'abord concerné les formes mêmes du management à travers des enjeux dits « inter-culturels » : représentations de l'autorité, internalisation de la discipline, comportement face aux aînés et aux supérieurs, etc. Dans un contexte où l'embauche d'anthropologues dans l'entreprise et la commande d'études anthropologiques à la finalité très précise par l'entreprise, constituent des pratiques sociales habituelles, on ne saurait s'étonner du développement de cette orientation qui, en France, a été l'objet d'une relative réappropriation par les sciences sociales de la gestion et les consultants ; si les anthropologues professionnels se tiennent en effet majoritairement à l'écart de l'entreprise proche ou lointaine, perçue comme le piège d'une « recherche appliquée » honteuse, il faut à leur décharge noter que les « ponts » créés ici entre la recherche et l'entreprise, avec les encouragements insistants des autorités de tutelle, ne présentent guère un profil susceptible d'attirer des ethnologues qui ne seraient pas poussés par des contraintes matérielles pressantes : le

chercheur est réduit à la fonction du commentaire sur des dispositifs intangibles dont il ne saurait être envisagé d'interroger les modalités d'inclusion, d'adoption ou de refus... Ce rôle d'un griot privé de toute marge d'autonomie personnelle est en outre le lieu d'une concurrence extrême parmi les organismes de conseil. L'enveloppe des « différences culturelles dans le management » (Bollinger & Hofstede, 1984) chargée d'ajuster à des contextes culturels exogènes les modes de contrôle et de commandement de l'entreprise a été de surcroît, en France, d'autant plus ponctuelle et « stabilisée » en comparaison avec les Etats-Unis, que les usages des firmes nationales ont continué à privilégier l'expatriation de cadres dépositaires de l'autorité, à la délégation des pouvoirs et à leur indigénisation sur le modèle de leurs consœurs américaines.

- 9 En outre, en restant axés sur le constat d'une « problématisation » récurrente de la hiérarchie interne à l'entreprise – par l'emphase comparative sur les logiques héritées et les « traditions nationales » d'une domination interne efficace – cette mouvance restait marquée par deux éléments : la conjoncture économique dans laquelle elle s'épanouissait, favorisant la « croyance » en des entreprises nationales « fortes » et conquérantes ; une « teinture » sociologique conservant l'idée de la menace permanente du conflit entre supérieurs et inférieurs.
- 10 L'expansion du marché capitaliste et surtout les formes prises par sa médiatisation, ont conduit à des infléchissements notables de ces regards culturels ; en correspondance avec les restructurations économiques en cours, la globalisation idéologique a impliqué d'une certaine manière un mouvement de « globalisation » des objets : c'est moins le fonctionnement interne de l'entreprise qui retient l'attention aujourd'hui que ceux qui, placés au pôle de direction, sont préjugés détenir la clef absolue de la « réussite ». Derrière ces dirigeants magnifiés par une hégémonie toute magique, se profile des « blocs culturels » qui n'ont de sens que dans la conjoncture binaire qu'ils assument. Le décor de ce nouveau théâtre peuplé de leaders héroïques – qui ne font qu'un avec leurs masses indistinctes d'ouvriers – apparaît, par un curieux retour des désignations, le « capitalisme culturel » qu'un weberisme réduit à l'état de scories vient nourrir. Ce tournant permet de comprendre que les approches culturelles, recomposant le poids de l'entreprise dans le champ du marché, soient prioritairement concentrées aujourd'hui sur les hommes d'affaires, les investisseurs, les entrepreneurs et les dirigeants locaux, bref toutes les « chefferies » modernes de l'entreprise dont il s'agit de mesurer les aptitudes culturelles au capitalisme mondialisé. Dans ce cadre, le découpage ethnique se voit rénové à travers en particulier la scrutation d'un « ethos » nécessairement singulier des couches dominantes autochtones auxquelles sont mythiquement incorporées leurs inférieurs dans la mesure où elles sont conçues comme représentatives d'une homogénéité culturelle globale : l'ethnicisation de leurs qualités ou de leurs manques – oblitérant les innombrables travaux qui depuis plusieurs décennies s'attachent à étudier les rapports entre l'Etat colonial ou post-colonial et la production de l'ethnicité ou de l'identité religieuse – semble d'autant moins rencontrer de freins qu'elle s'ajuste à une compréhension du marché conçu comme prescription culturelle. Ce procès d'ethno-économie ne peut néanmoins s'actualiser pleinement que s'il met en jeu aux côtés d'une exemplarité unanimement saluée, un accusé culturel ; la scène ainsi édifiée suppose en effet trois partenaires : le spectateur-acteur de l'entreprise appartenant aux pays d'ancienne industrialisation et en quête d'inspiration, l'éponyme indigène triomphant des aléas du marché, l'éternel perdant englué dans les méandres ethno-culturels de son particularisme et assumant la position du médiateur du procès. Ce passage d'un

« management culturel » périmé de l'entreprise à une culturalisation du marché peut placer le « créateur d'entreprise » autochtone dans un procès nécessairement singularisé duquel il devient un prisonnier aussi touchant que tragique ; le directeur de l'entreprise ivoirienne étudiée par L. Bazin (1998) illustre particulièrement bien cet « envers du décor », soit les effets d'internalisation de la dénonciation culturelle extérieure : le personnage évolue entre une tentative impossible d'adhésion à une norme imaginaire de la rationalité économique « occidentale » et un effort voué à l'échec d'échapper à l'enfermement dans une définition négative de l'homme d'affaires rivé à son origine « africaine ». Soumis à des injonctions et des pratiques étatiques contradictoires, il est repris à l'intérieur même de son usine par la logique du procès, différemment scandé par les fractions hiérarchiques : au niveau inférieur, on s'acharne à discréditer sa gestion comme modalité d'incompétence indigène, référée à la compétence de l'ancien dominant (colonial) tandis que les cadres supérieurs, sous la menace de l'illégitimation, se réduisent à l'autoprotection par le spectacle de fonctions abstraites.

- 11 Ce scénario de mise en mythes culturels des champs économiques apparaissait bien rôdé depuis quelques années, en faisant de l'Asie d'avant la crise et de l'Afrique des acteurs idéologiques aisément repérables. Quelques anthropologues avaient prêté leur concours, souvent animés par les intentions louables de réhabiliter ou de faire mieux comprendre « leurs » populations étudiées¹. Ce différentialisme ethno-économique qui culturalise le marché, présentait autant de variantes que de variables et les fluctuations, nombreuses, évoluaient avec les destinées des pays soumis à la violence des flux financiers ; obéissant à des principes rémanents, l'ontologisation semblait plus « ethnique » en ce qui concerne l'Afrique et plus « religieuse » dans l'aire « asiatique » où, selon les cas, l'accent était mis sur les « valeurs » intrinsèques du bouddhisme ou du confucianisme.
- 12 D'un côté donc, on dénonçait la redistribution irrépressible, le népotisme, le clientélisme... comme des obstacles au « capitalisme », de l'autre, on s'émerveillait devant l'ordonnancement spontané et immanent des groupes au travail, l'efficacité financière et laborieuse d'une parenté solidaire où l'obéissance aux aînés aurait été une règle incontestée... dans une méconnaissance troublante que des phénomènes identiques sont construits en critères positifs ou négatifs. Si les stigmates pesant sur le continent africain conduisaient à des débats enrichis par de multiples avocats de la défense ou de l'accusation, l'aura qui entourait jusqu'en 1997 l'Asie, impliquait plus des plaidoyers laudateurs se déplaçant du Japon à la Thaïlande et même au Vietnam, où le « socialisme de marché » aurait réveillé des capacités « ancestrales » à l'investissement...
- 13 Ces constructions ethno-culturelles, dont l'enjeu paraissait moins la hiérarchisation des appartenances qu'une cartographie ordonnée des intérêts et de leur régulation, semblent singulièrement labiles en 1999. C'est pourquoi j'ai choisi plutôt que d'examiner dans le détail les argumentations approfondies sur une région ou une autre, de dresser les changements du tableau global où ces dernières prennent sens.
- 14 L'effacement de la différenciation hiérarchique interne à l'entreprise se présente comme une constante importante de la « globalisation culturelle » : les antonymes soumission, subordination, docilité/domination, contrôle, coercition disparaissent au profit de tautologies réconciliatrices énoncées dans des termes de valorisation morale et d'holisme culturel ; l'automatisme de comportements efficients prenant pour matrice une autorité parentale hypostasiée et extensive, fondée sur l'affection et la reconnaissance, prédomine dans une perspective qui est aujourd'hui moins exclusivement managériale que guidée par la recherche de terres lointaines propices à des investissements fructueux.

Néanmoins elle se retraduit en occident dans les nouvelles thématiques de la « confiance » comme clef de voûte du fonctionnement de l'entreprise. Cette évolution qui tend à dissoudre l'entreprise dans une mise en fiction culturelle du marché, reflète sous divers angles la conjoncture économique présente : la gestion de la main-d'œuvre est laissée à des autochtones, médiateurs en regard d'un investissement extérieur profitable.

- 15 Le cas de la Chine est de ce point de vue exemplaire : des usines régionales, dirigées par des cadres du Parti, reconvertis en hommes d'affaires, assurent aux entreprises étrangères les structures matérielles de la production (bâtiment, équipement technique, etc.), le recrutement et la conduite d'ouvriers précaires, choisis parmi les couches rurales les plus pauvres (des jeunes femmes célibataires de préférence) et marquées par une domination politico-économique de longue date. Selon les aléas du marché, ces salariés subalternes font l'objet d'embauches ponctuelles et de licenciements brutaux, sans rencontrer de résistance (Potter & Potter, 1993). En effet, ce n'est pas dans les franges de cette population – qui bénéficient des miettes du marché – mais dans les groupes sociaux misérables maintenus à la terre et/ou astreints à l'embauche éventuelle comme journaliers migrants sur les chantiers, que les « rebellions » éclatent dans les pays dits du « socialisme de marché ».
- 16 S'il est donc nécessaire de se démarquer de la tendance actuelle d'une culturalisation englobant l'entreprise dans le marché, en revanche l'interrogation anthropologique reste entière sur les modes d'interprétation de la singularité des rapports sociaux et des logiques des acteurs dans des configurations précises. Un cas, volontairement schématisé, me permettra d'illustrer, la démarche que j'ai privilégiée. Il s'agit de la filiale d'une multinationale américaine au Bangladesh, au sein de laquelle une alliance historique entre le syndicat ouvrier et le directeur s'était mise en place en 1971 sur la base d'un combat commun pour l'indépendance du pays, dont s'étaient tenus à l'écart les cadres appartenant aux couches moyennes éduquées. Durant la guerre de libération, l'entreprise avait été alors défendue par les ouvriers, en permanente relation avec celui qui deviendrait au lendemain de la victoire directeur, mais qui n'était encore qu'un cadre supérieur. Les convictions qui animaient durant cette période les « combattants de la liberté » avaient deux caractéristiques principales : un « socialisme » vague rétablissant une relative justice sociale, la lutte contre l'Etat pakistanais qui, au nom d'un islam partagé était perçu comme assurant à son seul profit la continuité de l'ancienne puissance coloniale oppressive. La représentation d'une domination de l'Etat pakistanais effectuée dans le cadre d'une légitimation manipulatrice par le religieux a été centrale dans la lutte d'indépendance, aboutissant à un Etat « sécularisé » proclamant dès son avènement la disjonction avec l'islam et la reconnaissance de la pluralité religieuse. Cette idéologie « progressiste » en matière religieuse – rare dans un pays à très forte majorité musulmane – fut constamment réaffirmée par le syndicat de l'entreprise étudiée, s'attachant en particulier à circonscrire à leur rôle strictement religieux les imams de la mosquée de l'usine qu'il était chargé d'embaucher. L'un de ces imams, qui avait outrepassé ses fonctions par des messages frôlant l'islam politique, fut ainsi rapidement renvoyé.
- 17 Néanmoins – et c'est le point sur lequel les lectures peuvent diverger – un des premiers actes de ce syndicat fut d'interdire le recrutement de femmes dans la catégorie ouvrière, alors que celles-ci sont nombreuses dans de multiples usines autochtones, certains établissements textiles ne fonctionnant qu'avec une main-d'œuvre féminine précaire et bon marché. Cet interdit du syndicat intervient dans un contexte sociétal où les règles de

séparation des sexes et de réclusion des femmes (le *purdah*) constituent une norme imaginaire, impossible à respecter pour les classes les plus démunies pour des raisons de subsistance ; elles sont d'ailleurs très diversement observées par les couches dominantes qui se partagent entre des modèles de « réislamisation » défensive et d'égalitarisme entre les sexes issus des idéologies majoritaires de la lutte pour l'indépendance. Ces brèves précisions étant données, l'interprétation « immédiate » de l'interdit du syndicat concernant les embauches de femmes peut se référer à la prégnance d'une « culture islamique » globale, se prolongeant dans un cadre de « modernisation » industrielle et de salariat permanent, particulièrement bien protégé grâce à une action syndicale exceptionnelle. Selon les versions, la force des « traditions religieuses », l'identité culturelle prenant appui sur les fondements de l'islam, seront alors conçues comme des permanences culturelles inattaquables par l'entreprise, appréhendée comme un microcosme étranger voué à une indigénisation et une « remodelisation » culturelle d'autant plus inévitables que le directeur nommé par la multinationale américaine est autochtone.

- 18 Pourtant l'écoute des acteurs du syndicat, l'observation de leurs pratiques et de leurs stratégies sociales ascensionnelles, la familiarité avec leurs familles conduisent vers une autre voie de déchiffrement de l'interdit proclamé. Pour le groupe des leaders syndicalistes qui, de surcroît, n'a jamais invoqué l'islam comme principe fondant la légitimité de l'exclusion de femmes ouvrières dans l'usine – d'ailleurs présentes à l'époque pakistanaise – le principal enjeu est l'élaboration statutaire à laquelle ils travaillent avec acharnement : le rapprochement des classes moyennes et supérieures, dont leur représentation idéalisée fige la femme moins au domicile qu'hors du travail extérieur, synonyme d'une condition très inférieure ; leur séparation symbolique avec les couches sociales urbaines misérables où les femmes sont soit « abandonnées » soit astreintes à des travaux journaliers infamants, constituent les deux pôles de leur affirmation d'un nouveau statut gagné par un travail salarié prestigieux. La logique de l'interdit vise donc aussi l'éventuelle entrée dans l'entreprise des femmes de leurs groupes de parenté, menaçant par là-même leur promotion statutaire fixée imaginativement dans une entreprise peuplée d'hommes, dont les plus anciens ouvriers sont devenus des cadres jouissant d'une dignité égale à celle des couches moyennes qu'ils côtoient dans leur quartier anciennement pakistanais, et dont les femmes n'ont pas à travailler hors de la maison. Le risque d'une demande pressante de recrutement par les femmes de leurs parents restés en milieu rural – faisant sombrer l'usine dans la catégorie des entreprises locales où des syndicats extérieurs et le patronat se disputent les fruits d'une exploitation impudique – apparaît d'autant plus concret que le syndicat a inscrit dans la charte de l'entreprise la priorité de l'embauche des parents des ouvriers permanents (de fait très nombreux).
- 19 L'ensemble de ces lignes sociales où s'alimente la construction statutaire doit être avant tout replacé dans le cadre de la rupture politique de l'indépendance qui seule fournit aux acteurs les conditions de possibilité de bâtir pour eux-mêmes et leurs familles un autre statut : ainsi cette rupture politique est-elle immédiatement traduite dans l'entreprise par une rupture avec l'ordre antérieur pakistanais mêlant hommes et femmes doublement assignés à l'infériorité en leurs qualités de Bengalis et d'ouvriers. La restauration d'un statut par l'indépendance nationale passe donc, dans l'usine, par l'inscription d'une norme de séparation des sexes auparavant interdite aux couches bengalies dominées par l'Etat étranger pakistanais. Paradoxalement, la prohibition des

femmes ouvrières dans l'usine se présente alors comme un acte parmi d'autres de réappropriation du champ de travail et de maîtrise par les ouvriers découlant de l'émancipation politique qu'il vient réaffirmer au plan microsocial.

- 20 Une telle interprétation, qui déconnecte tout lien « culturel » immédiat entre l'islam et le refoulement à l'extérieur de l'usine des femmes, n'a néanmoins nullement pour objectif – ce qui serait absurde – d'occulter les articulations qui les régissent. L'implication des représentations et des pratiques différentielles de l'islam dans les rapports sociaux, les transformations de la domination étatique et les sphères du politique montre la puissance symbolique de hiérarchisation de cette matrice religieuse. Corollairement, elle illustre l'importance des édifications hiérarchiques imaginaires et réelles en situation de permanente recomposition dans leur articulation avec l'ensemble des champs sociaux.

BIBLIOGRAPHIE

BAZIN L., 1998. *Entreprise, politique, parenté. Une perspective anthropologique sur la Côte-d'Ivoire dans le monde actuel*. Paris, L'Harmattan.

BOLLINGER D. & HOFSTEDE G., 1984. *Les différences culturelles dans le management*. Paris, Les éditions d'organisation.

POTTER S.H. & POTTER J.M., 1993. *China's Peasants. The Anthropology of a Revolution*. Cambridge, Cambridge University Press.

NOTES

1. Pour la lecture critique des abondants travaux africanistes voir Bazin (1998).

RÉSUMÉS

Cet article examine en premier lieu les évolutions récentes de la notion de « culture » appliquée à l'entreprise et au marché par un ensemble flou de conceptions qui empruntent le concept d'« ethnographie » et sont majoritairement issues des sciences de la gestion. La précarité de ces conceptions qui culturalisent le monde globalisé ressort des dernières fluctuations économiques. Dans un second temps, l'auteur illustre le mode d'analyse anthropologique d'une entreprise à travers l'interprétation complexe d'un interdit syndical de recrutement de femmes au Bangladesh, dans l'année qui suit la guerre de libération du pays (1971).

This article firstly examines recent developments of the notion of « culture » as applied to the work company and to the market by a vague set of conceptions which borrow the concept of

« ethnography » and which stem, for the most part, from management science. The precarity of these conceptions which culturalize the globalized world emerge from the most recent economic fluctuations. The author then illustrates the method employed in the anthropological analysis of a company by way of the complex interpretation of a union ban on female recruitment in Bangladesh in the year following the war of liberation (1971).

AUTEUR

MONIQUE SELIM

IRD